



## PROGRAMME DE LA FORMATION PRESSE

### Environnement réglementaire presse

- **Séquence 1 :** Connaître les critères d'admission au régime économique de la presse et les comprendre à travers la doctrine de la commission paritaire :
  - Les grands principes de la presse :
    - la loi de 1881 sur la liberté de la presse
    - le régime économique de la presse
  - Les préalables à l'obtention du régime économique de la presse :
    - la demande d'inscription à la CPPAP
    - les mentions légales
    - l'accès aux tarifs postaux : la signature du contrat presse
  - Les conditions d'admission au régime économique de la presse :
    - les critères d'admission
    - les régimes juridiques
  
- **Séquence 2 :** Comment développer sa politique éditoriale et d'encartage publicitaire dans le respect des critères d'admission au régime économique de la presse :
  - L'encartage publicitaire et autre insertion de petits objets :
    - les encarts publicitaires admis aux tarifs du service public de la presse
    - les plus produits et autres primes
  - Les différentes possibilités de présentation des publications :
    - les cahiers ou fascicules
    - les pages spéciales
    - les éditions locales ou régionales
  - Les dérivés de la publication :
    - le supplément
    - le n° spécial ou hors-série

### Offres de service dédiées à la presse

- **Séquence 3 :** Connaître l'offre de service public à la presse, ses attributs, les conditions d'accès, sa tarification et comment bénéficier de ces tarifs pour la diffusion des suppléments et hors-séries
  - L'acheminement de la presse dans le cadre du service public :
    - l'offre presse de service public de La Poste
  - La diffusion des produits dérivés de la publication :
    - les suppléments
    - les n° spéciaux et hors-séries
  
- **Séquence 4 :** Connaître les solutions développées par La Poste pour réaliser la prospection d'abonnements et diffuser les encarts et les petits objets asilés dans les publications au-delà des critères d'admission au régime économique de la presse
  - La prospection d'abonnement
    - la prospection au tarif du service public de la presse
    - la gamme facsimilé
  - La diffusion des encarts publicitaires et des petits objets asilés dans la publication :
    - les encarts publicitaires aux tarifs du service public de la presse
    - les encarts et autres petits objets au tarif Presse Plus
    - les encarts et autres petits objets aux tarifs de la gamme Incarto
  
- **Séquence 5 :** La solution mise en oeuvre par La Poste pour la diffusion des publications qui ne relèvent pas du régime économique de la presse
  - l'offre Publissimo de service universel de la presse